È al livello della tv digitale terrestre e satellitare. Lo certifica il sistema di calcolo WeCounter

Go Tv di Telesia, audience al top

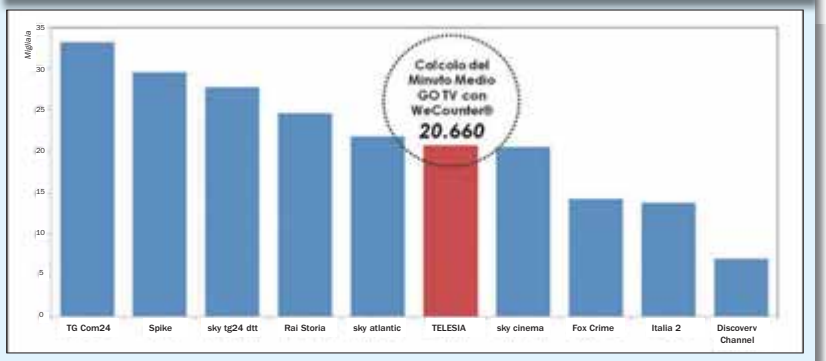
Da ottobre sono oltre 40 i nuovi brand che hanno pianificato

DI GIOVANNI GALLI

A otto mesi dalla partenza il sistema di post-evaluation WeCounter ha certificato la consistenza stabile nel tempo dell'audience della Go Tv di Telesia.

«Siamo riusciti a raggiungere il risultato che ci eravamo prefissati alcuni anni fa, quando abbiamo cominciato a spingere e a investire su Telesia, la Go Tv di Class. Con 20.600 individui nel minuto medio, calcolati con la tecnologia WeCounter, l'audience della nostra Go Tv (Telesia Airport e Telesia Metro) si avvicina a quella dei canali top of mind del digitale terrestre e della piattaforma satellitare che sono inseriti sempre con grande frequenza nelle pianificazioni video nazionali», dice **Angelo Sajeva**, presidente di Class Pubblicità che ha anche la delega in Class Editori per il coordinamento commerciale della casa editrice e la gestione economica dei quotidiani e dei magazine.

Audience nel minuto medio Auditel dei canali digitale terrestre e sat



Fonte: Elaborazione Marketing & Media Unit ClassPubblicità su dati Auditel e WeCounter®_Aprile-Maggio 2019

Il dato del minuto medio genera Kpi media (key performance indicator) significativi: un planning settimanale congiunto su Telesia Airport e Telesia Metro corrisponde a oltre 14 milioni di contatti, pari a 25 Grp (target adulti).

Il sistema WeCounter ha inoltre certificato l'efficacia delle pianificazioni effettuate su Telesia, grazie all'affidabilità del media che garantisce scostamenti molto contenuti fra le stime precedenti le pianificazioni e le valutazioni che vengono effettuate a posteriori: su oltre 130 flight pianificati a partire da ottobre 2018 si è ottenuto uno scarto medio molto contenuto (+6%).

«Questo diventa un elemento fortemente rassicurante per clienti e centri media che sanno con precisione quali sono le performance offerte dalla nostra Go Tv», aggiunge Sajeva. «È anche grazie al sistema di calcolo dell'audience che offriamo al mercato che molti brand importanti, oltre 40, hanno scelto per la prima volta Telesia negli ultimi mesi, così come oltre 40 marchi hanno incrementato le pianificazioni in continuity su questo media. Tra questi, nomi di grande rilievo quali Jaguar, Mondelez, Pfizer e Ringo».

© Riproduzione riservata

CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Ok ai contributi 2017 per le radio locali commerciali. *Il Mise ha pubblicato ieri la graduatoria definitiva e gli elenchi degli importi riconosciuti alle radio locali commerciali per il 2017 per un totale di 12,38 milioni di euro. Soddisfazione di Aeranti-Corallo che auspica anche una definizione dei contributi 2018.*

Aeranti-Corallo: favorire le aggregazioni per i nuovi operatori di rete televisiva locale. *Il nuovo Piano nazionale di assegnazione delle frequenze in vista del rilascio della banda 700 prevede per le tv locali nella maggior parte delle aree tecniche una sola frequenza di primo livello e reti di secondo livello con limitata capacità di copertura. Nell'ultima riunione del tavolo Tv 4.0 Marco Rossignoli, coordinatore di Aeranti-Corallo, ha sottolineato la necessità di avere identica capacità trasmissiva per i fornitori di servizi media audiovisivi locali e tariffe per il suo l'acquisto che non costituiscano barriera all'accesso. Inoltre, si dovrebbe incentivare la partecipazione alle gare da parte di intese, consorzi, raggruppamenti di tv locali.*

Radio, consultazione pubblica sul settore. *L'Agcom ha avviato una consultazione pubblica per acquisire osservazioni e informazioni da parte dei soggetti interessati in merito all'analisi del mercato rilevante della radiofonia e all'accertamento dell'inesistenza di posizioni dominanti nel settore.*

Alma Media, migliorano i conti. *Alma Media nel 2018 ha realizzato 16,05 milioni di euro di ricavi, in aumento del 26,4%. I ricavi pubblicitari ed editoriali ammontano a 10,27 milioni, +21%. L'ebitda è positivo per 1,6 milioni (+136,68%).*

Gazzetta dello Sport, ***weekend con gli Europei Under-21.*** *Domenica i lettori troveranno in edicola* La Gazzetta dello Sport *con tiratura e foliazione maggiorate e con una copertina rovesciata di grande formato. La «Grande Gazzetta» e un'intera sezione sul sito gazzetta.it sono dedicati al Campionato europeo Under-21. Sabato* Sportweek *uscirà col titolo* «L'Italia che piace».

Rtl 102.5 radio di Collisioni 2019. *Rtl 102.5 è la radio di Collisioni 2019, il festival agrirock che si terrà dal 17 giugno al 16 luglio a Barolo (Cn). Molti i nomi della musica, della letteratura e dello spettacolo che si alterneranno per una serie di live, incontri, dialoghi e degustazioni.*

Premio Ferrari, Avvenire *e* Millennium *vincono la 12ª edizione. Fil rouge: il Sud*

DI MARCO A. CAPISANI

Fuga di Mezzogiorno **di** ***Avvenire*** **è il miglior titolo del 2018.** ***Come non diventare un nuovo schiavo*** **del mensile** ***Millennium*** **è la miglior copertina dell'anno mentre** ***Secret Southern Italy*** **(*Italia segreta del Sud*), apparso sul magazine giapponese** ***Crea Traveller*****, è l'articolo straniero che ha raccontato meglio l'arte di vivere italiana, almeno a giudizio del Premio Ferrari, organizzato ogni anno dalle omonime cantine vinicole di Trento, guidate dal presidente e a.d. Matteo Lunelli. Secondo le motivazioni alla base del premio dedicato al giornalismo, il titolo del quotidiano della Cei ha saputo riassumere gli allarmanti dati sul Meridione, partendo da una ricerca Svimez. «Il Sud è una ferita d'Italia», ha dichiarato Marco Tarquinio, direttore di** ***Avvenire*****, «tra emigrazione e assenza di infrastrutture». Invece, «una copertina di forte impatto, volutamente fredda, che denuncia la spersonalizzazione del lavoro e l'indifferenza per la persona in un contesto di salari sempre più bassi, disoccupazione e diritti negati in Italia», è la motivazione del riconoscimento assegnato alla cover del supplemento mensile del** ***Fatto Quotidiano*****. Periodico che ha segnato «il ritorno, per me, alla carta dopo aver lavorato anni sul web», ha spiegato Peter Gomez, direttore di** ***Millennium*** **(e del** ***Fattoquotidiano.it*****). «Ritorno che ha significato sapersi reinventare sulla carta stampata attraverso un giornalismo d'inchiesta propositivo». Infine, nel caso del periodico giapponese, «il gusto della scoperta di piccoli centri» e la «ricchezza della fotografia» hanno propeso per il premio. Il fil rouge di questa 12ª edizione, «seppur casuale, è stato il racconto del Meridione, evidenziandone sia difficoltà sia opportunità. Il giornalismo di qualità aiuta a farlo», ha chiosato Lunelli.**

Il titolo dell'anno

La copertina dell'anno

L'articolo estero che meglio ha raccontato l'Italia

© Riproduzione riservata

http://www.milanofinanza.it - questa copia è concessa in licenza esclusiva all'utente 'tagliente@telesia.it' - http://www.italiaoggi.it

http://www.milanofinanza.it - questa copia è concessa in licenza esclusiva all'utente 'tagliente@telesia.it' - http://www.italiaoggi.it